



株式会社フォーシーズHD

2022年9月期（第1四半期）決算説明

株式会社フォーシーズHD
東証2部 証券コード：3726
代表取締役社長：天童 淑巳

- 1. 決算概要**
- 2. セグメント別決算概要**
- 3. 参考資料**

1. 決算概要

ハイライト

1. 売上高前年同期比36.4%増

アロマ事業の売上が加わり、連結売上アップ

2. 先行投資による営業損失幅の増加

衛生コンサルティング事業、アロマ事業の先行投資によるもので、2Q以降の黒字展開を目指す

(単位：千円)

売上高	652,247	前年比 36.4%
営業損失	△53,817	(-%)
経常損失	△52,666	(-%)
親会社株主に帰属 する四半期純損失	△48,491	(-%)

売上高

- ①アロマ事業の売上が加わったことで、前年対比増。
- ②コミュニケーション・セールス事業において、WEB広告宣伝費を抑えたことで、新規顧客の獲得件数・売上伸び率が低迷。
- ③アロマ事業においては、2021年10月～12月は緊急事態宣言が解除されたものの、店舗への来店客数が伸び悩んだ。

営業利益はマイナス着地

- ①衛生コンサルティング事業の希釈水工場移転に伴う経費計上。
- ②アロマ事業の立て直しによる販売管理費の増加。

2.セグメント別決算概要

当社グループの事業構成図

アロマ事業

店舗運営事業

関東で36店舗の「アロマブルーム」の店舗運営（2021年12月末時点）
シーン別、お悩み別での提案

EC事業

自社サイト、モールでの売上強化



実店舗とオンラインの融合 =
OtoOマーケティングの展開

化粧品卸事業

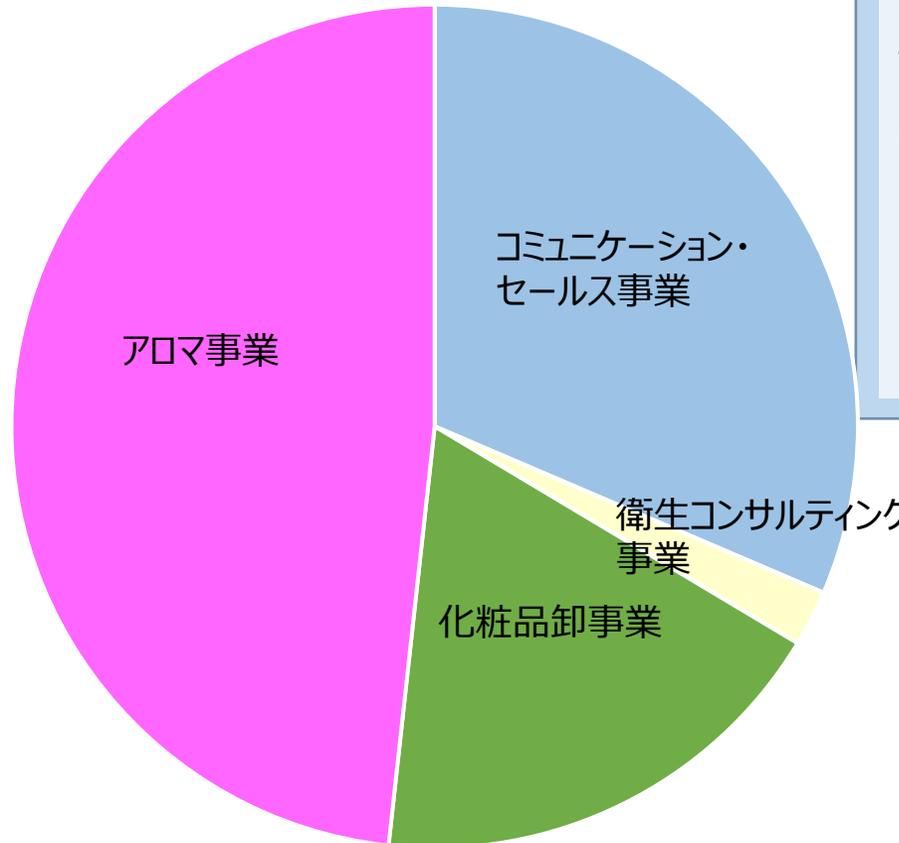
卸事業

- 国内・・・ドラッグストア、バラエティーショップの販売
- 海外・・・東南アジアを中心としたアジア圏への展開拡大中

EC事業

SNSでの商品紹介よりECサイト、店舗売上への導線構築

2022年度9月期
1Q売上高構成比



コミュニケーション・セールス事業

通販事業

PTパーソナルトレーナーによるカウンセリングを中心に、BtoCにて化粧品・健康食品の販売

EC事業

自社サイト、モールでの販売強化中
特に定期購入の強化を行い、基盤となる売上確保に注力

卸事業

- 国内
- 海外・・・中国、アジア圏での展開拡大中

衛生コンサルティング事業

バクテスター販売事業

検査事業

空間除菌デバイス販売事業

	2022年9月期 1Q (2021年10月~12月)	2021年9月期 1Q (2020年10月~12月)	増減	対前年同期比率	構成売上比
売上高	204,654	350,653	△145,999	△41.6%	31.4%
セグメント損失	△3,246	△601	△2,645	△440.1%	—

新規獲得をテレビインフォーマーシャルで実現できたが、WEBでの広告宣伝費を調整したことで売上減少へ。2Q以降は新しいチャネルのWEB販促を実施していく。

通販事業

PTパーソナルトレーナーによるカウンセリングを中心に、BtoCにて化粧品・健康食品の販売

■ 新規顧客の獲得強化

テレビインフォーマーシャル放送実施

①TVインフォーマーシャルで炭酸美容液「ブライトアップセラム」を販売開始



②ショッピング専門チャンネルQVCで「炭酸ジェルパックプレミアム」の発売



EC事業

自社サイト、モールでの販売強化中
特に定期購入の強化を行い、基盤となる売上確保に注力
10月・11月は広告宣伝費を効率的な媒体のみに絞り抑制
12月より広告を再開
⇒結果売上は減少したが、利益改善に繋がった

卸事業

●海外

中国でのSNSフォロワー数「Red」「Weibo」登録者数は
46,000名を超え認知売り上げを継続的に拡大中

ベトナム、タイへの一般貿易の申請を進め、UAEをハブにして
中東向けにも卸販売をスタート

●国内

アウトレット商品を総合スーパーでの販売展開

今期の売上強化として
新商品の開発・販売を推進中



シワ改善と美白※部分用の
エイジングクリーム

医薬部外品

ナイアシンアミド※1配合のシワ改善と
美白※2の部分用エイジングクリーム

※1 有効成分

※2 メラニンの生成を抑え、シミ・そばかすを防ぐ

ホワイトリンクルクリーム
(セルビフレ クリームna) 2021年10月発売



クレンジングから美容液まで
8つのケア※が1本で叶うオール
インワンタイプの多機能クレン
ジングジェル

※クレンジング、洗顔、角質ケア、ブースター、
毛穴ケア、保湿、美容液、マッサージ

バイタルコンディショニング
クレンジングジェル 2021年11月発売

	2022年9月期 1Q (2021年10月~12月)	2021年9月期 1Q (2020年10月~12月)	増減	対前年同期比率	構成売上比
売上高	118,024	97,952	+20,072	+20.5%	18.1%
セグメント損失	△10,543	△35,970	+25,427	+70.7%	—

10月～12月は新型コロナウイルスの影響も少なく、営業活動の強化
 You Tuberのプロモーション動画の影響で、店頭・ECでの売上伸張。
 売上高、セグメント損失ともに前年同期比増！！
セグメント損失は、効果的なプロモーションで大きく改善傾向。
 2Q以降も、積極的な販売促進を強化し黒字化を目指す。

■ EC事業

人気You Tuberによるプロモーションの実施

自社オンラインショップ、モールへの集客の強化が課題であり、強化施策実施中

■ 国内卸事業

店頭での売上が回復傾向

You Tubeプロモーションの利用で、店頭でのエクストラオイルクレンジング、スペシャルパウダーソープの売上が大きく伸張



■ 海外卸事業

- ・アジア圏を中心に、卸先を拡大中
- ・マカオ、シンガポールに次ぎ
香港、台湾での大手総合スーパーマーケットでの取り扱い開始
- ・RED、TikTokでのライブコマース実施
- ・T-mall直営店での販売スタート
- ・W11,W12では、ナチュラルアクアジェルとともに
ホワイトクリアジェルの売上も伸張した



	2022年9月期 1Q (2021年10月~12月)	2021年9月期 1Q (2020年10月~12月)	増減	対前年同期比率	構成売上比
売上高	13,959	29,909	△15,950	△53.3%	2.1%
セグメント損失	△17,044	△7,431	△9,613	△129.4%	—

セグメント損失の要因としては、空間除菌デバイスDevirusの専用水である
クロラス酸水製剤（亜塩素酸水製剤）の希釈工場移転によるもの

2021年10月に福岡県中間市において、楽天コミュニケーションズ株式会社、
福岡県中間市商工会議所との連携協定による「あんしんH A C C P」を用いた飲
食店向けの検査事業、衛生改善指導が注目されH A C C P制度及び
「H A C C P ジャパン」の認知拡大中。**売上拡大計画で始動中！！**

■ バクテスター販売事業

■ 検査事業

H A C C P 制度化に対応した微生物蛍光画像測定機「B A C T E S T E R (バクテスター)」の販売および訪問検査事業の本格始動
福岡県中間市の取組みを皮切りに、全国へ拡大中！！
「あんしんH A C C P」アプリの利用者を増やし、継続利用から
検査事業につなげ、検査事業希望者にバクテスター・試薬を販売していく計画



■ 空間除菌デバイス販売事業



DevirusAC、クロラス酸水製剤（亜塩素酸水製剤）の売上は順調に推移

クロラス酸水製剤（亜塩素酸水製剤）製造体制強化
製造工場を原料メーカーの三慶株式会社本社近くに移転

**移転の経費計上によりセグメント損益に大きな影響がでたが、
今後は輸送コストが削減されることにより、効率化の改善へ！**

	2022年9月期 1Q (2021年10月～12月)	2021年9月期 1Q (2020年10月～12月)	増減	対前年同期比率	構成売上比
売上高	314,005	—	—	—	48.1%
セグメント損失	△22,585	—	—	—	—

2021年4月に譲受したアロマ事業だが、10月～12月の緊急事態宣言解除後も店舗への来店数の戻りが鈍く、売上に苦戦

**MDコンセプトの見直し、社員教育の再構築中
運営効率の改善を行い、店舗のスクラップ&ビルドを実施**

関東を中心に34店舗（2022年1月末時点）

2021年10月に1店舗閉店

2022年 1月に2店舗閉店

・・・ 2月以降7店舗閉店

1店舗出店予定



WEBオンラインショップの売上を強化中

1QWEB売上は順調に推移
悩み別、シーン別での提案型へ



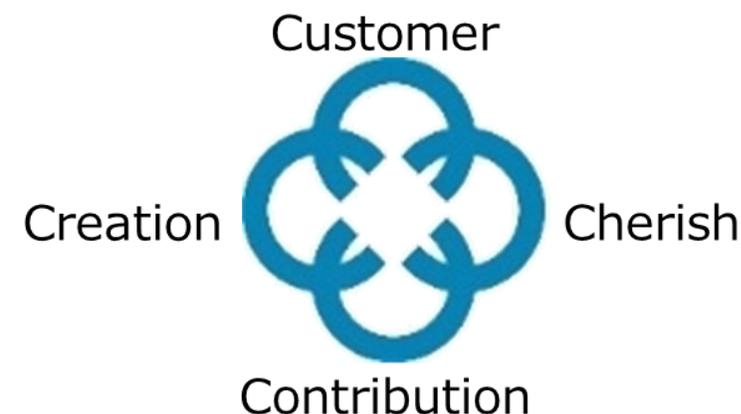
3. 参考資料

「株式会社フォーシーズHD」は、2022年1月1日より
事業持株会社として新たにスタートいたしました。

フォーシーズ

顧客を創造し、その顧客を大切にすることが社会貢献につながると、わたくしたちは考えています。
この社名の由来である「4つのC」をロゴマークとしてシンボル化し、「4つのC」で無限(∞)を表現。
お客様と社会に無限の可能性を提供することを表しています。

- Customer (カスタマー) ————— 顧客
- Creation (クリエーション) ————— 創造
- Cherish (チエリッシュ) ————— 大切にする
- Contribution (コントリビューション) ——— 貢献



HD

Harmonious **D**evelopment (環境、人と調和して発展していく会社)
HAZUMUを**D**ailyに (はずむライフスタイルのある毎日)

はずむライフスタイルを提供し、人々を幸せにする。 を経営理念とします。

持続的な成長に向けたグループ事業領域として、
はずむライフスタイルに通ずる「美」「健康」「癒し」の事業展開を行っております。

今後も、さらなる企業価値向上を目指し、各事業のシナジー効果を図り、
HAZUMU（はずむ）心、笑顔、会話の毎日に繋がる事業を展開してまいります。

